

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. Penyajian Data

##### 1. Profil Toko Fotocopy Sentra



Gambar 4. 1 Fotocopy Sentra terlihat dari jalan raya  
(Sumber : Google Maps, 2022)

Fotocopy Sentra salah satu perusahaan pelayanan jasa percetakan dan penjiilidan dengan tempat usaha yang strategis yang beralamatkan di Jalan Brigjend H. Hasan Basri NO. 44 - RT. 41, Kelurahan Sungai Miai, Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan. Fotocopy Sentra berdiri sejak tahun 2011 hingga sekarang yang dikelola oleh Ibu Sri Wihartini. Bangunan usaha ini

berupa ruko 3 lantai yang mana pada lantai 1 adalah tempat usahanya. Fotocopy Sentra memiliki tempat area yang cukup luas dan terletak dipinggir jalan raya yang menghubungkan antara sekolahan, kampus serta perkantoran disekitaran jalan kayu tangi.



Gambar 4. 2 Fotocopy Sentra tampak dalam ruangan

Fotocopy Sentra buka dari hari senin – sabtu mulai pukul 08.00 WITA sampai dengan 17.30 WITA dan malam hari pada pukul 19.00 sampai dengan 22.00 WITA. Pelayanan jasa yang di sedikan oleh Fotocopy Sentra adalah fotocopy, jilid (lakban, *hardcover*, *softcover*, spiral), *print*, *scan*, cetak foto, laminating, penyediaan ATK (Alat Tulis Kantor) , pengadaan barang, pembuatan bucket, kaos kaki, masker serta menjual minuman dingin yang biasa dibutuhkan oleh konsumen. Tidak hanya itu, Fotocopy Sentra juga dilengkapi dengan fasilitas kipas angin, tempat duduk, toilet dan juga memiliki area parkir yang luas sehingga

konsumen yang berkunjung merasa nyaman ketika berada ditempat fotocopy ini.

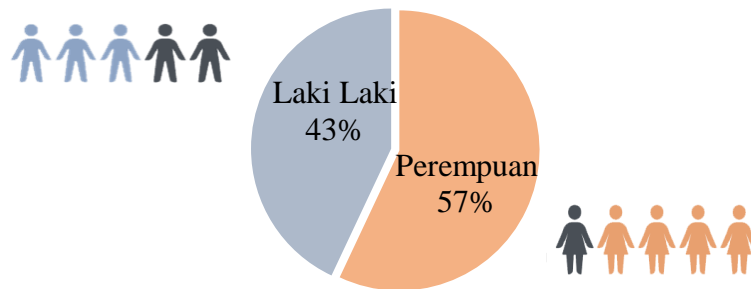
Usaha pelayanan jasa Fotocopy Sentra ini merupakan usaha pribadi yang ditangani langsung oleh pemilik atau pengelolanya dalam hal sebagai manajer yang bertanggung jawab penuh terhadap jalannya usaha ini, dalam hal perencanaan, pengawasan terhadap kelancaran usaha, menentukan berbagai kebijakan yang terkait dengan pengambilan keputusan, bertindak sebagai pemegang kas dan juga terjun secara langsung membantu karyawannya dalam melayani konsumen. Fotocopy Sentra memiliki 3 karyawan dalam menjalankan bisnis jasa percetakan ini, yang mana semua karyawannya memiliki kemampuan dapat melayani konsumen, mulai dari melayani pada komputer, melayani fotocopy, penjilidan, dan lain-lainnya.

## 2. Deskripsi Responden

Data responden dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran angket/kuesioner secara langsung atau offline. Dalam penelitian ini responden berjumlah 100 orang dengan kriteria konsumen yang pernah menggunakan pelayanan jasa Fotocopy Sentra minimal pembelian 2 kali. Total pernyataan dalam kuesioner berjumlah 38 butir dan 5 butir pertanyaan untuk mengetahui identitas responden.

Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 100 responden yang didapat:

a. Responden berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
(Sumber : Data diolah, 2022)

Dari data Gambar 4.3 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh responden laki - laki berjumlah 43 orang dengan persentase sebesar 43% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 57 orang dengan persentase sebesar 57%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

b. Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	F	Persentase
1.	< 15 Tahun	2 Orang	2%
2.	16 - 20 Tahun	4 Orang	4%
3.	21 - 25 Tahun	47 Orang	47%
4.	26 - 30 Tahun	18 Orang	18%
5.	31 - 35 Tahun	11 Orang	11%
6.	> 35 Tahun	18 Orang	18%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Dari data tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh sebagai berikut: responden yang berusia <15 tahun berjumlah 2 orang dengan presentasi sebesar 2%, responden yang berusia sekitar 16 - 20 tahun berjumlah 4 orang dengan presentasi sebesar 4%, responden yang berusia sekitar 21 - 25 tahun berjumlah 47 orang dengan presentasi sebesar 47%, responden yang berusia sekitar 26 - 30 tahun berjumlah 18 orang dengan presentasi sebesar 18%, responden yang berusia sekitar 31 - 35 tahun berjumlah 11 orang dengan presentasi sebesar 11%, dan responden yang berusia > 35 tahun berjumlah 18 orang dengan presentasi sebesar 18%, Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh responden yang berusia sekitar 21 - 25 tahun.

c. Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	F	Persentase
1.	Pelajar / Mahasiswa(i)	34 Orang	34%
2.	Karyawan Swasta	26 Orang	26%
3.	Wiraswasta	11 Orang	11%
4.	PNS	14 Orang	14%
5.	Lainnya	15 Orang	15%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Dari data tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Responden yang status pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa(i) berjumlah 34 orang dengan presentasi sebesar 34%, responden yang status pekerjaan sebagai karyawan swasta berjumlah 26 orang dengan presentasi sebesar 26%, responden yang status pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 11 orang dengan presentasi sebesar 11%, responden yang status pekerjaan sebagai PNS berjumlah 14 orang dengan presentasi sebesar 14%, responden yang status pekerjaan lainnya berjumlah 15 orang dengan presentasi sebesar 15%, Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berstatus Pelajar / Mahasiswa(i).

- d. Responden berdasarkan Seberapa sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra Banjarmasin

Tabel 4.3 Karakteristik responden seberapa sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra Banjarmasin

No	Sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra	F	Persentase
1.	1 Kali	0 Orang	0%
2.	2 – 3 Kali	16 Orang	16%
3.	3 – 4 Kali	18 Orang	18%
4.	> 5 Kali	66 Orang	66%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Dari data tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden seberapa sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra Banjarmasin. Responden dengan sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra 2 – 3 Kali berjumlah 16 orang dengan presentasi sebesar 16%, responden dengan sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra 3 – 4 Kali berjumlah 18 orang dengan presentasi sebesar 18%, dan responden dengan sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra >5 Kali berjumlah 66 orang dengan presentasi sebesar 66%, Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sering menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra lebih dari 5 kali kunjungan.

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

#### a. Variabel Harga ( $X_1$ )

Tabel 4.4 Tanggapan responden tentang keterjangkauan harga yang ditawarkan oleh toko Fotocopy Sentra

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	53 Orang	53%
5.	Sangat Setuju	47 Orang	47%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 53 orang dengan presentase sebesar 53%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh toko Fotocopy Sentra terjangkau oleh pelanggannya.

Tabel 4.5 Tanggapan responden tentang konsumen setuju dengan harga produk yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	3 Orang	3%
4.	Setuju	57 Orang	57%
5.	Sangat Setuju	40 Orang	40%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 57 orang dengan presentase sebesar 57%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa konsumen setuju dengan harga produk yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra.

Tabel 4.6 Tanggapan responden tentang harga yang ditetapkan Fotocopy Sentra bervariasi sesuai dengan kualitas produk

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%



2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	65 Orang	65%
5.	Sangat Setuju	35 Orang	35%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 65 orang dengan presentase sebesar 65%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan Fotocopy Sentra bervariasi sesuai dengan kualitas produk.

Tabel 4.7 Tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra sesuai dengan kualitas yang didapatkan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	11 Orang	11%
4.	Setuju	48 Orang	48%
5.	Sangat Setuju	41 Orang	41%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 48 orang dengan presentase sebesar 48%. Hal ini berarti

menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra sesuai dengan kualitas yang didapatkan.

Tabel 4. 8 Tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra lebih murah dibandingkan dengan toko lain

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	17 Orang	17%
4.	Setuju	47 Orang	47%
5.	Sangat Setuju	36 Orang	36%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 47 orang dengan presentase sebesar 47%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra lebih murah dibandingkan dengan toko lain.

Tabel 4. 9 Tanggapan responden tentang yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra lebih rendah dari harga pasar

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	43 Orang	43%
4.	Setuju	34 Orang	34%
5.	Sangat Setuju	23 Orang	23%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden kurang setuju pada pernyataan ini berjumlah 43 orang dengan presentase sebesar 43%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa tentang yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra tidak lebih rendah dari harga pasar.

Tabel 4. 10 Tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra sebanding dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	4 Orang	4%
4.	Setuju	55 Orang	55%
5.	Sangat Setuju	41 Orang	41%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 55%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra sebanding dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Tabel 4. 11 Tanggapan responden tentang Harga yang ditawarkan Fotocopy Sentra adalah harga yang wajar

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%

3.	Kurang Setuju	3 Orang	3%
4.	Setuju	55 Orang	55%
5.	Sangat Setuju	42 Orang	42%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 55%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Harga yang ditawarkan Fotocopy Sentra adalah harga yang wajar.

Berdasarkan dari data data tabel diatas, berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan harga, sebagai berikut :

Tabel 4. 12 Hasil rekapitulasi rata – rata pernyataan indikator variabel harga

---	H <sub>1</sub>	H <sub>2</sub>	H <sub>3</sub>	H <sub>4</sub>	H <sub>5</sub>	H <sub>6</sub>	H <sub>7</sub>	H <sub>8</sub>	Total F	Jumlah Score Rata-Rata	%
<b>STS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>TS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>KS</b>	0	3	0	11	17	43	4	3	81	243	7,1%
<b>S</b>	53	57	65	48	47	34	55	55	414	1.656	48,4%
<b>SS</b>	47	40	35	41	36	23	41	42	305	1.525	44,5%
<b>Jumlah</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	<b>800</b>	<b>3.424</b>	<b>100%</b>
<b>Score Max</b>	4.000										
<b>Persentase Rata - rata</b>	86%										
<b>Kriteria</b>	KUAT										

Hasil dari tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas seluruh item pernyataan indikator harga diatas mendapatkan hasil rata-rata 85,5% dan dikategorikan pada tingkat kuat atau baik sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini setuju dengan harga yang ditetapkan atau ditawarkan oleh Fotocopy Sentra.

b. Variabel Tempat ( $X_2$ )

Tabel 4. 13 Tanggapan responden tentang toko Fotocopy Sentra terletak di tempat yang strategis dan mudah dijangkau

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	43 Orang	43%
5.	Sangat Setuju	57 Orang	57%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 57 orang dengan presentase sebesar 57%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa toko Fotocopy Sentra terletak di tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

Tabel 4. 14 Tanggapan responden tentang toko Fotocopy Sentra dapat dicapai dengan sarana transportasi umum

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	43 Orang	43%
5.	Sangat Setuju	57 Orang	57%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 57 orang dengan presentase sebesar 57%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa toko Fotocopy Sentra dapat dicapai dengan sarana transportasi umum oleh konsumen.

Tabel 4. 15 Tanggapan responden tentang toko Fotocopy Sentra dapat terlihat dari tepi jalan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	4 Orang	4%
4.	Setuju	53 Orang	53%
5.	Sangat Setuju	43 Orang	43%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 53 orang dengan presentase sebesar 53%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa toko Fotocopy Sentra dapat terlihat dari tepi jalan.

Tabel 4. 16 Tanggapan responden tentang toko Fotocopy Sentra dapat ditemukan dengan mudah

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	8 Orang	8%
4.	Setuju	50 Orang	50%
5.	Sangat Setuju	42 Orang	42%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 50 orang dengan presentase sebesar 50%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa toko Fotocopy Sentra dapat ditemukan dengan mudah oleh konsumen.

Tabel 4. 17 Tanggapan responden tentang letak toko Fotocopy Sentra tidak terlalu jauh bagi konsumen atau pelanggan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%

2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	49 Orang	59%
5.	Sangat Setuju	51 Orang	41%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 51 orang dengan presentase sebesar 51%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa letak toko Fotocopy Sentra tidak terlalu jauh bagi konsumen atau pelanggan.

Tabel 4. 18 Tanggapan responden tentang akses menuju lokasi Fotocopy Sentra lancar dan tidak rawan kemacetan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	5 Orang	5%
4.	Setuju	47 Orang	47%
5.	Sangat Setuju	48 Orang	48%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 48 orang dengan presentase sebesar 48%. Hal ini



berarti menunjukkan bahwa akses menuju lokasi Fotocopy Sentra lancar dan tidak rawan kemacetan

Tabel 4. 19 Tanggapan responden tentang Fotocopy Sentra mempunyai lahan parkir sendiri yang cukup luas dan aman

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	46 Orang	46%
5.	Sangat Setuju	54 Orang	54%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 54 orang dengan presentase sebesar 54%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Fotocopy Sentra memiliki lahan parkir yang cukup luas dan aman.

Tabel 4. 20 Tanggapan responden tentang toko Fotocopy Sentra menyediakan tempat duduk dan fasilitas umum seperti toilet

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	41 Orang	41%
5.	Sangat Setuju	59 Orang	59%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 59 orang dengan presentase sebesar 59%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa toko Fotocopy Sentra menyediakan tempat duduk dan fasilitas umum seperti toilet.

Tabel 4. 21 Tanggapan responden tentang usaha Fotocopy Sentra berdekatan dengan pusat keramaian seperti sekolah, universitas maupun perkantoran

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	45 Orang	45%
5.	Sangat Setuju	55 Orang	55%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.21 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 55%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa usaha Fotocopy Sentra berdekatan dengan pusat keramaian seperti sekolah, universitas maupun perkantoran.

Tabel 4. 22 Tanggapan responden tentang Fotocopy Sentra memiliki kondisi lingkungan yang bersih, aman dan nyaman

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%

2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	14 Orang	14%
4.	Setuju	48 Orang	48%
5.	Sangat Setuju	38 Orang	38%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.22 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 48 orang dengan presentase sebesar 48%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Fotocopy Sentra memiliki kondisi lingkungan yang bersih, aman dan nyaman.

Berdasarkan dari data-data tabel diatas, berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan tempat, sebagai berikut:

Tabel 4. 23 Hasil rekapitulasi rata – rata pernyataan indikator variabel tempat

---	T <sub>1</sub>	T <sub>2</sub>	T <sub>3</sub>	T <sub>4</sub>	T <sub>5</sub>	T <sub>6</sub>	T <sub>7</sub>	T <sub>8</sub>	T <sub>9</sub>	T <sub>10</sub>	Total F	Jumlah Score Rata-Rata	%
<b>STS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>TS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0%
<b>KS</b>	0	0	4	8	0	5	0	0	0	14	32	96	2%
<b>S</b>	43	43	53	50	49	47	46	41	45	48	508	2.032	44%
<b>SS</b>	57	57	43	42	51	48	54	59	55	38	504	2.520	54%
<b>Jumlah</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<b>1000</b>	<b>4.389</b>	<b>100%</b>
<b>Score Max</b>	5.000												
<b>Persentase Rata - rata</b>	93%												
<b>Kriteria</b>	KUAT												

Hasil dari tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas seluruh item pernyataan indikator tempat diatas mendapatkan hasil persentase rata-rata 93% dan dikategorikan pada tingkat kuat atau baik sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa Fotocopy Sentra memiliki tempat usaha yang baik (strategis, mudah dijangkau, dekat dengan keramaian, memiliki lahan parkir serta kondisi lingkungan yang bersih dan nyaman).

c. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )

Tabel 4. 24 Tanggapan responden tentang pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	45 Orang	45%
5.	Sangat Setuju	55 Orang	55%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.24 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 55%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Tabel 4. 25 Tanggapan responden tentang pegawai Fotocopy Sentra dapat memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	52 Orang	52%
5.	Sangat Setuju	48 Orang	48%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 52 orang dengan presentase sebesar 52%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pegawai Fotocopy Sentra dapat memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Tabel 4. 26 Tanggapan responden tentang pelayanan Fotocopy Sentra sungguh – sungguh dapat membantu memecahkan masalah pelanggan atau konsumen

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	45 Orang	45%
5.	Sangat Setuju	55 Orang	55%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 55%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pelayanan Fotocopy Sentra bersungguh-sungguh dapat membantu memecahkan masalah pelanggan atau konsumen.

Tabel 4. 27 Tanggapan responden tentang pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra cepat

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	2 Orang	2%
4.	Setuju	56 Orang	56%
5.	Sangat Setuju	42 Orang	42%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.27 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 56 orang dengan presentase sebesar 56%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra cepat dalam melayani konsumennya.

Tabel 4. 28 Tanggapan responden tentang pegawai Fotocopy Sentra tanggap dalam memahami keinginan konsumen

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%

2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	47 Orang	47%
5.	Sangat Setuju	53 Orang	53%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.28 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 53 orang dengan presentase sebesar 53%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pegawai atau karyawan Fotocopy Sentra cepat tanggap dalam memahami keinginan konsumen.

Tabel 4. 29 Tanggapan responden tentang merasa aman dan nyaman saat bertransaksi di Fotocopy Sentra

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	54 Orang	54%
5.	Sangat Setuju	46 Orang	46%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.29 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 54 orang dengan presentase sebesar 54%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa konsumen merasa aman dan nyaman saat bertransaksi di Fotocopy Sentra.

Tabel 4. 30 Tanggapan responden tentang Fotocopy Sentra memberikan jaminan bila terjadi kesalahan dalam pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	51 Orang	51%
5.	Sangat Setuju	49 Orang	49%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.30 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 55%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Fotocopy Sentra dapat memberikan jaminan bila terjadi kesalahan dalam pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 4. 31 Tanggapan responden tentang pegawai Fotocopy Sentra selalu melayani konsumen dengan sopan dan ramah

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	43 Orang	43%
5.	Sangat Setuju	57 Orang	57%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)



Berdasarkan tabel 4.31 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 57 orang dengan presentase sebesar 57%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Pegawai Fotocopy Sentra selalu melayani konsumen dengan sopan dan ramah.

Tabel 4. 32 Tanggapan responden tentang pegawai Fotocopy Sentra dapat melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan / konsumen dalam memberikan informasi

<b>No</b>	<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>F</b>	<b>Persentase</b>
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	41 Orang	41%
5.	Sangat Setuju	59 Orang	59%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.32 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 59 orang dengan presentase sebesar 59%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pegawai Fotocopy Sentra dapat melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan atau konsumen dalam memberikan informasi.

Tabel 4. 33 Tanggapan responden tentang pegawai Fotocopy  
Sentra berpenampilan rapi

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	33 Orang	33%
5.	Sangat Setuju	67 Orang	67%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.33 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 67 orang dengan presentase sebesar 67%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pegawai Fotocopy Sentra selalu berpenampilan rapi.

Tabel 4. 34 Tanggapan responden tentang kondisi ruangan  
Fotocopy Sentra tertata rapi dan bersih serta ketersediaan ruang  
tunggu yang nyaman.

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	3 Orang	3%
4.	Setuju	54 Orang	54%
5.	Sangat Setuju	43 Orang	43%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.34 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 54 orang dengan presentase sebesar 54%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa kondisi ruangan Fotocopy Sentra tertata rapi dan bersih serta ketersediaan ruang tunggu yang nyaman.

Tabel 4. 35 Tanggapan responden tentang produk-produk yang dijual oleh Fotocopy Sentra lengkap

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	54 Orang	54%
5.	Sangat Setuju	46 Orang	46%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.35 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 54 orang dengan presentase sebesar 54%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa produk-produk yang dijual oleh Fotocopy Sentra lengkap

Tabel 4. 36 Tanggapan responden tentang adanya area parkir yang cukup luas

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%

4.	Setuju	53 Orang	53%
5.	Sangat Setuju	47 Orang	47%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.36 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 53 orang dengan presentase sebesar 53%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa adanya area parkir yang cukup luas.

Berdasarkan dari data-data tabel diatas, berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan kualitas pelayanan, sebagai berikut :

Tabel 4. 37 Hasil rekapitulasi rata – rata pernyataan indikator variabel kualitas pelayanan

---	KP <sub>1</sub>	KP <sub>2</sub>	KP <sub>3</sub>	KP <sub>4</sub>	KP <sub>5</sub>	KP <sub>6</sub>	KP <sub>7</sub>	KP <sub>8</sub>	KP <sub>9</sub>	KP <sub>10</sub>	KP <sub>11</sub>	KP <sub>12</sub>	KP <sub>13</sub>	Total F	Jumlah Score Rata-Rata	%
<b>STS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>TS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>KS</b>	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	0	0	5	15	0%
<b>S</b>	45	52	45	56	47	54	51	43	41	33	54	54	53	628	2.512	43%
<b>SS</b>	45	48	55	42	53	46	49	57	59	67	43	46	47	667	3.335	57%
<b>Jumlah</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<b>1.300</b>	<b>5.832</b>	<b>100%</b>
<b>Score Max</b>	6.500															
<b>Persentase Rata - rata</b>	90,18%															
<b>Kriteria</b>	KUAT															

Hasil dari tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas seluruh item pernyataan indikator kualitas pelayanan diatas, mendapatkan hasil persentase rata-rata

90,18% dan dikategorikan pada tingkat kuat atau baik sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini setuju kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra sudah cukup baik dalam melayani konsumennya.

d. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4. 38 Tanggapan responden tentang konsumen merasa puas produk dan harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	46 Orang	46%
5.	Sangat Setuju	54 Orang	54%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.38 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 54 orang dengan presentase sebesar 54%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa konsumen merasa puas produk dan harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra.

Tabel 4. 39 Tanggapan responden tentang tempat atau lokasi Fotocopy Sentra memberikan kenyamanan dan merasa puas untuk berbelanja maupun menggunakan jasa percetakan ini

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%

2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	56 Orang	56%
5.	Sangat Setuju	44 Orang	44%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.39 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 56 orang dengan presentase sebesar 56%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa tempat atau lokasi Fotocopy Sentra memberikan kenyamanan dan merasa puas untuk berbelanja maupun menggunakan jasa percetakan ini.

Tabel 4. 40 Tanggapan responden tentang konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	47 Orang	47%
5.	Sangat Setuju	53 Orang	53%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.40 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 53 orang dengan presentase sebesar 53%. Hal ini

berarti menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra.

Tabel 4. 41 Tanggapan responden tentang konsumen merasa puas dengan kebutuhan yang dapat terpenuhi, sehingga sesuai dengan harapan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	49 Orang	49%
5.	Sangat Setuju	51 Orang	51%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.41 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 51 orang dengan presentase sebesar 51%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa konsumen Fotocopy Sentra merasa puas dengan kebutuhan yang dapat terpenuhi, sehingga sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Tabel 4. 42 Tanggapan responden tentang konsumen merasa puas dengan pegawai Fotocopy Sentra yang dapat memahami keinginan konsumen dengan cepat

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%

3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	44 Orang	44%
5.	Sangat Setuju	56 Orang	56%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.42 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 56 orang dengan presentase sebesar 56%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan pegawai Fotocopy Sentra yang dapat memahami keinginan konsumen dengan cepat.

Tabel 4. 43 Tanggapan responden tentang minat konsumen berkunjung kembali dan menggunakan ulang jasa percetakan di Fotocopy Sentra

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	58 Orang	58%
5.	Sangat Setuju	42 Orang	42%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.43 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan ini berjumlah 58



orang dengan presentase sebesar 58%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa minat konsumen berkunjung kembali dan menggunakan ulang jasa percetakan di Fotocopy Sentra.

Tabel 4. 44 Tanggapan responden tentang ketersediaan konsumen dalam merekomendasikan jasa percetakan di Fotocopy Sentra kepada orang lain

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	0 Orang	0%
3.	Kurang Setuju	0 Orang	0%
4.	Setuju	58 Orang	58%
5.	Sangat Setuju	42 Orang	42%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.44 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden sangat setuju pada pernyataan ini berjumlah 58 orang dengan presentase sebesar 58%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa ketersediaan konsumen atau pelanggan dalam merekomendasikan jasa percetakan di Fotocopy Sentra kepada orang lain.

Berdasarkan dari data-data tabel diatas, berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan kepuasan konsumen, sebagai berikut:

Tabel 4. 45 Hasil rekapitulasi rata – rata pernyataan indikator variabel  
kepuasan konsumen

---	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	Y <sub>6</sub>	Y <sub>7</sub>	Total F	Jumlah Score Rata-Rata	%
<b>STS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>TS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>KS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>S</b>	46	56	47	49	44	58	58	358	1.432	46%
<b>SS</b>	54	44	53	51	56	42	42	342	1.710	54%
<b>Jumlah</b>	100	100	100	100	100	100	100	<b>700</b>	<b>3.132</b>	<b>100%</b>
<b>Score Max</b>	3.500									
<b>Persentase Rata - rata</b>	89,8%									
<b>Kriteria</b>	KUAT									

Hasil dari tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas seluruh item pernyataan indikator kepuasan konsumen diatas, mendapatkan hasil persentase rata-rata 89,8% dan dikategorikan pada tingkat kuat atau baik sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini puas dengan kinerja yang diberikan oleh Fotocopy sentra dalam melayani pelanggannya.

#### 4. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas biasanya dipergunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016. Hal. 52).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ )=  $n-2 = 100-2 = 98$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $\alpha = 0.05$  sehingga nilai  $r$  tabel yaitu 0,196. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dalam hal ini instrumen penelitian (angket/kuesioner) yang akan diuji validitasnya. Dalam penelitian ini variabel harga, tempat dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin yang akan menjadi objek pengukuran kevalidannya. penelitian ini menggunakan alat ukur SPSS 23.

Tabel 4. 46 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Ket
<b>HARGA (<math>X_1</math>)</b>	X1.1	0,478	0,196	Valid
	X1.2	0,697	0,196	Valid
	X1.3	0,557	0,196	Valid
	X1.4	0,514	0,196	Valid
	X1.5	0,489	0,196	Valid
	X1.6	0,553	0,196	Valid
	X1.7	0,394	0,196	Valid
	X1.7	0,602	0,196	Valid

<b>TEMPAT ( X<sub>2</sub> )</b>	X2.1	0,577	0,196	Valid
	X2.2	0,646	0,196	Valid
	X2.3	0,532	0,196	Valid
	X2.4	0,329	0,196	Valid
	X2.5	0,635	0,196	Valid
	X2.6	0,661	0,196	Valid
	X2.7	0,548	0,196	Valid
	X2.8	0,633	0,196	Valid
	X2.9	0,666	0,196	Valid
	X2.10	0,326	0,196	Valid
<b>PELAYANAN ( X<sub>3</sub> )</b>	X3.1	0,704	0,196	Valid
	X3.2	0,727	0,196	Valid
	X3.3	0,771	0,196	Valid
	X3.4	0,632	0,196	Valid
	X3.5	0,689	0,196	Valid
	X3.6	0,763	0,196	Valid
	X3.7	0,456	0,196	Valid
	X3.8	0,745	0,196	Valid
	X3.9	0,555	0,196	Valid
	X3.10	0,576	0,196	Valid
	X3.11	0,332	0,196	Valid
	X3.12	0,792	0,196	Valid
	X3.13	0,640	0,196	Valid
<b>KEPUASAN KONSUMEN ( Y )</b>	Y1	0,671	0,196	Valid
	Y2	0,676	0,196	Valid
	Y3	0,682	0,196	Valid
	Y4	0,723	0,196	Valid
	Y5	0,770	0,196	Valid
	Y6	0,635	0,196	Valid
	Y7	0,557	0,196	Valid

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan pada hasil tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap variabel, yaitu Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dinyatakan valid karena nilai rhitung  $>$  rtabel.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil dari persepsi responden terhadap variabel bebas maupun variabel terikat. Dengan demikian reliabilitas meliputi stabilitas ukuran dan konsistensi internal ukuran. Stabilitas ukuran menunjukkan kemampuan sebuah ukuran untuk tetap stabil atau tidak rentan terhadap perubahan situasi apapun (Sunyoto, 2012, Hal. 35). Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai alpha  $>$  0,60 maka reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian dengan menggunakan program SPSS 23:

Tabel 4. 47 Hasil Uji Reabilitas

<b>Variabel</b>	<b><i>Alpha Cronbach</i></b>	<b>Standar Reabilitas</b>	<b>Keterangan</b>
Harga ( $X_1$ )	0,627	0,60	Realiabel
Tempat ( $X_2$ )	0,730	0,60	Realiabel
Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )	0,881	0,60	Realiabel
Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	0,779	0,60	Realiabel

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan pada hasil tabel 4.47 diatas, didapatkan kesimpulan bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap variabel, Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dinyatakan reliabel karena nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,60$ .

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Sunyoto, 2012, hlm. 119). Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, dapat dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*.

- 1) Jika nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov Smirnov*  $> 0,05$  maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan pada uji *Kolmogorov Smirnov*  $< 0,05$  maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal.

Berikut hasil uji *Kolmogorov Smirnov* masing-masing variabel menggunakan SPSS 23.

Tabel 4. 48 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,22427057
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,055
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.  
 (Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov Smirnov* pada tabel 4.48 diatas menunjukkan bahwa nilai nilai signifikansi variable Y (0,200<sup>c</sup>) lebih besar  $> \alpha$  (0,05) sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal tersebut berarti bahwa Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) tidak mengalami gangguan distribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel *independent* yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna. Uji multikolinieritas akan mengukur tingkat keeratan hubungan atau

pengaruh antar variabel bebas dalam penelitian ini (Harga - X1, Tempat - X2, dan Kualitas Pelayanan - X3) melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ) (Sunyoto, 2012, hlm. 131).

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas maka dapat dilihat dari *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *Tolarace* (Ghozali, 2016, hlm. 103). Adapun ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam regresi adalah sebagai berikut:

- 1) *Tolerance* < 0,10 dan *VIF* > 10 = Terjadi Multikolinearitas
- 2) *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10 = Tidak terjadi Multikolinearitas

Tabel 4. 49 Hasil Uji Multikolinearitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	23,000	4,999		4,601	,000		
Harga	,147	,091	,159	1,617	,109	,957	1,045
Tempat	-,173	,085	-,219	-2,030	,045	,802	1,246
Kualitas Pelayanan	,190	,060	,341	3,157	,002	,799	1,252

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas pada tabel 4.49 diatas dapat dilihat nilai *Tolarance* variabel harga (0.957), tempat (0.802) , dan kualitas pelayanan (0.799) lebih besar > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan nilai *Varians*

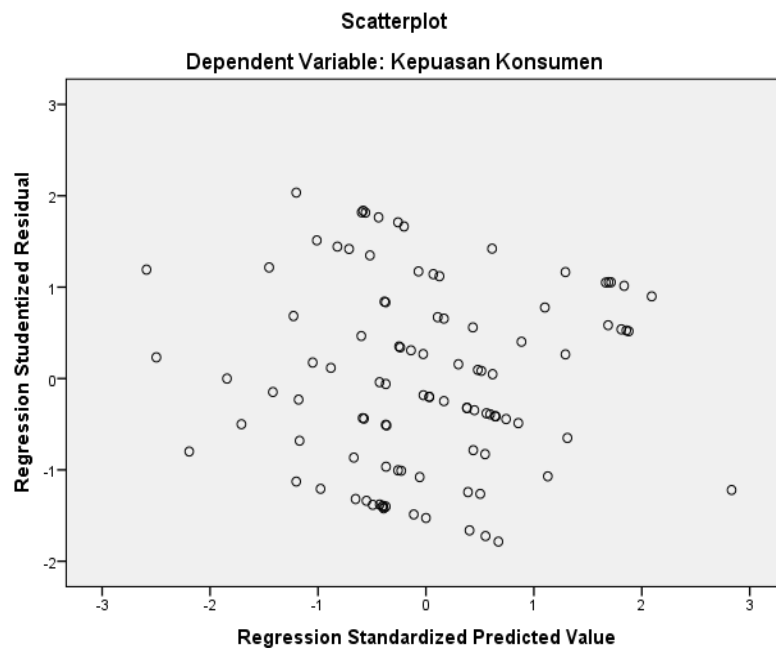


*Inflation Factor* (VIF) pada harga (1.045), tempat (1.246) , dan kualitas pelayanan (1.252) yang artinya nilai VIP dari masing - masing variabel lebih kecil dari  $< 10$ . Dengan demikian model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak ditemukan korelasi antar sesama variabel bebas (independent variable) sehingga model terbebas dari masalah multikolonieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama / berbeda disebut terjadi heterokedastisitas (Sunyoto, 2012, hlm. 135). Untuk mendeteksi adanya gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan pola gambar *scatterplot*. Adapun aturan deteksi heterokedastisitas pada pola gambar *scatterplot*, yaitu :

- 1) tidak ada pola yang jelas (menyebar secara acak),
- 2) titik menyebar diatas dan dibawah angka 0,
- 3) titik – titik yang ada tidak membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka hasil tersebut dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4. 4 Hasil Heterokedastisitas - *Scatterplot*

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan pada gambar 4.4 Hasil Heterokedastisitas diatas bahwa variabel Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini karena memiliki pola yang tidak jelas serta titik – titik yang ada menyebar diatas dan dibawah angka 0.

#### 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini terdapat empat variabel, dimana tiga variabel adalah variabel bebas (*independent variable*) yaitu Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) serta variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). analisis regresi linier ini bertujuan

untuk memecahkan masalah hubungan dari variabel *independent* dan variabel *dependent*. Analisis Regresi Linier Berganda berguna untuk melihat ada tidaknya hubungan antara variabel Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Metode regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Adapun model persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut :  $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon$

Dimana :

- $Y$  = Kepuasan Konsumen
- $\beta_0$  = Konstanta
- $\beta_1-\beta_3$  = Koefisien regresi berganda
- $X_1$  = Harga
- $X_2$  = Tempat
- $X_3$  = Kualitas Pelayanan
- $\varepsilon$  = Error term

Setelah melakukan perhitungan analisis regresi berganda menggunakan SPSS 23, diperoleh hasil yang tercantum di tabel berikut:

Tabel 4. 50 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,000	4,999		4,601	,000
	Harga	,147	,091	,159	1,617	,109
	Tempat	-,173	,085	-,219	-2,030	,045
	Kualitas Pelayanan	,190	,060	,341	3,157	,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Analisis hasil regresi dalam penelitian ini menggunakan standar koefisien. Maka persamaan linier dari hasil regresi yang terdapat dalam tabel 4. 50 diatas adalah sebagai berikut :

$$Y = 23,000 + 0,147X_1 - 0,173X_2 + 0,190X_3 + \varepsilon$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai Konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar 23,000 yang berarti keadaan saat variabel kepuasan konsumen belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel harga ( $X_1$ ), tempat ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ). Jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan.
- b. Nilai koefisien regresi pada harga ( $X_1$ ) sebesar 0,147, menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) yang berarti bahwa setiap kenaikan sebesar 1% ( $X_1$ ) maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,147, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada kasus ini hubungan pengaruh harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra dan kepuasan konsumennya adalah hubungan positif, sehingga apabila harga mengalami kenaikan maka kepuasan juga akan meningkat atau bertambah. Yang berarti dalam hal ini jika harga sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa terpuaskan.

- c. Nilai koefisien regresi pada tempat ( $X_2$ ) sebesar  $-0,173$ , menunjukkan bahwa variabel tempat ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan sebesar 1% tempat ( $X_2$ ) maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar  $-0,173$ , dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada kasus ini hubungan pengaruh tempat yang diberikan oleh Fotocopy Sentra dan kepuasan konsumennya adalah hubungan negatif, yang berarti dalam hal ini tempat tidak berpengaruh terhadap penilaian kepuasan konsumen.
- d. Nilai koefisien regresi pada kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sebesar  $0,190$  menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan sebesar 1% kualitas pelayanan ( $X_3$ ) maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar  $0,190$ , dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada kasus ini hubungan pengaruh kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra dan kepuasan konsumennya adalah hubungan positif, sehingga apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka kepuasan juga akan meningkat atau bertambah. Yang berarti dalam hal ini jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra baik dalam melayani pelanggannya maka konsumen akan merasa terpuaskan / senang.

## 7. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm. 111–113). Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan alat SPSS 23, sebagai berikut:

Tabel 4. 51 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,327 <sup>a</sup>	0,107	0,079	2,259

a. Predictors: (Constant), Harga, Tempat, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel data diatas diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,107. Nilai R Square 0,107 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu  $0,327 \times 0,327 = 0,107$ . Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,107 atau sama dengan 10,7%. Angka tersebut mengandung makna bahwa variabel Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan persentase sebesar 10,7 %. Sedangkan sisanya 89,3% ( $100\% -$

10,7 % = 89,3 %) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## 8. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Uji T atau uji parsial adalah untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) *variabel independen* dalam penelitian ini yaitu Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap *variabel dependen* Kepuasan Konsumen (Y). Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji parsial (uji T) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai Sig < 0,05 dan jika nilai T hitung > T table
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig > 0,05 dan jika nilai T hitung < T tabel

Berikut adalah hasil uji parsial (Uji T), sebagai berikut :

Tabel 4. 52 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,000	4,999		4,601	,000
	Harga	,147	,091	,159	1,617	,109
	Tempat	-,173	,085	-,219	-2,030	,045
	KualitasPelayanan	,190	,060	,341	3,157	,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan output pada tabel 4.52 diatas diketahui nilai t hitung variabel harga, tempat, dan kualitas pelayanan adalah 1,984. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T \text{ Tabel} = ( \alpha/2 ; n - k - 1 )$$

$$T \text{ Tabel} = ( 0,05 / 2 ; 100 - 3 - 1 )$$

$$T \text{ Tabel} = (0,025 ; 96) = 1,984 \text{ didapat dari tabel T}$$

Keterangan :

n = Banyak observasi dalam kurun waktu data

k = Banyak variabel (bebas dan terikat)

a = Alpha dari 0,05

Dari hasil data tabel 4.52 diatas maka didapatkan hasil analisis sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis Variabel Harga

$H_a$  : Secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

$H_0$  : Secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

Pada variabel harga ( $X_1$ ) dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai signifikansi sebesar  $0,109 > 0,05$  dengan nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $1,617 < 1,984$ . Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, yang artinya bahwa variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra.



2) Pengujian Hipotesis Variabel Tempat

$H_a$  : Secara parsial tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

$H_0$  : Secara parsial tempat tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

Pada variabel tempat ( $X_2$ ) dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai signifikansi sebesar  $0,045 > 0,05$  dengan nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $-2,030 < 1,984$ . Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, yang artinya bahwa variabel tempat secara parsial berpengaruh negatif sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra.

3) Pengujian Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan

$H_a$  : Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

$H_0$  : Secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

Pada variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $3,157 > 1,984$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif sehingga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra.

## b. Uji F

Uji F atau uji simultan adalah uji untuk mengetahui apakah variabel *variabel independen* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *variabel dependen*. tingkatan kepercayaan yang digunakan ialah 0,05. Jika nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua *variabel independen* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *variabel dependen* (Mulyono, 2018, hlm. 113). Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji simultan (uji F) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai Sig < 0,05 dan jika nilai F hitung > F table
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig > 0,05 dan jika nilai F hitung < F tabel

Berikut adalah hasil uji simultan (Uji F), sebagai berikut :

Tabel 4. 53 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	60,422	3	20,141	3,963	,010 <sup>b</sup>
Residual	487,938	96	5,083		
Total	548,360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Tempat, Kualitas Pelayanan

(Sumber : Data diolah, 2022)

Berdasarkan output pada tabel 4.53 diatas diketahui nilai F hitung variabel harga, tempat, dan kualitas pelayanan adalah 2,70. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus, berikut:

$$F \text{ Tabel} = (k ; n - k)$$

$$F \text{ Tabel} = (3 ; 100 - 3)$$

$$F \text{ Tabel} = (3 ; 97) = 2,70 \text{ didapat dari tabel F}$$

Keterangan

n = jumlah responden

k = jumlah variabel X

Dari hasil output uji ANOVA atau uji secara simultan (F) pada tabel 4. 53 diatas dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,010 yang berarti nilai probabilitas kurang dari 0,05 ( $0,010 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $3,963 > 2,70$  yang berarti menjelaskan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel harga, tempat, kualitas pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra.

Tabel 4. 54 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Keterangan
<b>Secara Parsial</b>	
Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra	Ha Ditolak, H <sub>0</sub> Diterima

Variabel Tempat berpengaruh negatif sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra	Ha Ditolak, H <sub>0</sub> Diterima
Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra	Ha Diterima, H <sub>0</sub> Ditolak

### Secara Simultan

Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga, Tempat, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Fotocopy Sentra	Ha Diterima, H <sub>0</sub> Ditolak
--	-------------------------------------

## B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas tentang “Pengaruh Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Fotocopy Sentra Banjarmasin” di peroleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga, Tempat, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin.
  - a. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Fotocopy Sentra

Berdasarkan hasil analisis uji T (parsial) diketahui variabel harga ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,109 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $1,617 < 1,984$  dari t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen Fotocopy Sentra. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen” ditolak, hal ini berarti bahwa harga yang ditetapkan oleh Fotocopy Sentra tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atau pelanggannya.

Harga merupakan faktor terpenting dalam penjualan. Penentuan harga dalam Islam, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia (Muslimin dkk., 2020, hlm. 7). Dalam perspektif ekonomi Islam kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran, haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu (Yuliani, 2021, hlm. 124).

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa harga produk yang diberikan oleh Fotocopy Sentra memang sedikit lebih mahal dibandingkan dengan harga fotocopy ditempat lainnya, akan tetapi harga yang diberikan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan (sesuai dengan pertanyaan kuesioner harga no.3,4,7) , maka dari itu banyak pelanggan yang masih tetap menggunakan jasa yang disediakan oleh Fotocopy Sentra. Harga yang ditawarkan oleh Fotocopy Sentra pun dapat bersaing dengan toko - toko disekitarnya namun kualitas dan manfaat yang diberikan oleh Fotocopy Sentra dianggap lebih memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan

memperhatikan harga yang ditawarkan oleh fotocopy sentra sehingga pelanggan atau konsumen tidak ada masalah dengan harga yang ditetapkan. Semakin layak harga yang dibayarkan oleh konsumen untuk suatu produk maka akan semakin puas. Konsumen akan selalu membandingkan atas manfaat dengan biaya - biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.

Jadi jika konsumen mendapatkan kebutuhan sesuai dengan yang mereka harapkan maka konsumen akan puas. Harga yang wajar walaupun lebih mahal maka konsumen akan rela mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk tersebut. Dalam perspektif ekonomi islam, Harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan dampak kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli (M. Y. Saleh & Said, 2019, hlm. 88). Dalam QS. An-Nissa (4) ayat 29 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ  
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya, Allah Maha Penyayang kepadamu.”* QS. An – Nissa (4) ayat 29.

Berkaitan dengan ayat Al - Qur'an diatas, maka dapat dijelaskan bahwa dalam suatu perdagangan atau perniagaan Allah *Subhanallahu Wa Taala* menekankan keadilan khususnya dalam harga dan manfaat yang diberikan harus sesuai.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, 2020) bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Titik Efnita (2020) membuktikan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Konsumen Fotocopy Sentra

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara tempat terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis uji T (parsial) diatas diketahui variabel tempat ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,045 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $-2,030 > 1,984$  dari t tabel. Yang berarti variabel harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa "Tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen" ditolak, Hal ini berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra.

Tempat/ lokasi/ *place*/ saluran distribusi perusahaan adalah suatu letak di mana toko atau bisnis didirikan yang berhubungan

langsung dengan pembeli atau konsumen dimana produsen menyalurkan produknya kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2015, hlm. 345). Selain itu, Pemilihan tempat atau lokasi dalam suatu usaha sangat penting karena merupakan nilai investasi yang paling mahal yang akan berdampak panjang pada perusahaan. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin akan menarik pelanggan. (Yuliansari, 2016, hlm. 16) Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tepat lokasi dari jangkauan konsumen maka semakin kuat tingkat kepuasan konsumen karena konsumen mudah mengakses tempat penjualan dan lokasinya strategis. Lokasi tempat penjualan yang strategis akan memiliki daya tarik sehingga konsumen akan bersedia berkunjung ke tempat tersebut.

Dalam persepektif syariah, saluran pemasaran atau tempat usaha bisa dimana saja asalkan lokasi tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya. Tempat yang baik akan berdampak positif pada tempat usahanya. Begitupun sebaliknya, tempat usaha yang jelek, akan berdampak negatif terhadap operasional suatu usaha bisnis (Hasan, 2017, hlm. 72–73). Sebagaimana dalam Al-Qur'an :



مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا <sup>ص</sup> وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً  
 سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا <sup>ط</sup> وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

*“Barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian dari (pahala)nya. Dan barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang buruk, niscaya dia akan memikul bagian dari (dosa)nya. Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.”* QS. An-Nisaa (4) ayat 85.

Berdasarkan ayat diatas tindakan yang artinya memberi kebaikan kepada orang lain, dan orang yang melakukannya akan menerima pahala dari Allah SWT. Sebaliknya, jika seorang hamba memberikan sesuatu yang buruk kepada orang lain, hamba itu juga yang menanggungnya. Jadi pemilihan lokasi harus memberikan kebaikan untuk lingkungan sekitar karena hal tersebut secara langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan di tempat tersebut.

Berdasarkan teori diatas memang Fotocopy Sentra telah memilih tempat atau lokasi usaha yang baik, hal ini dibuktikan dengan kemampuan usaha Fotocopy Sentra ini telah bertahan selama 12 tahun hingga sampai sekarang serta didukung juga dengan jawaban – jawaban dari responden mengenai tempat yang diberikan oleh Fotocopy Sentra berada di pada tempat yang strategis, kondisi lingkungan yang nyaman, dan banyak dilalui alat transportasi, sehingga mudah untuk dijangkau oleh transportasi umum. serta

memiliki fasilitas ketersediaan toilet dan lahan parkir. Adapun berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra hal ini disebabkan karena kebanyakan konsumen yang berkunjung merupakan konsumen yang telah berkunjung atau menggunakan jasa pelayanan Fotocopy Sentra lebih dari 5 kali, sehingga mereka menganggap menggunakan jasa di percetakan di Fotocopy Sentra merupakan sebuah hal yang biasa mereka gunakan dan pada akhirnya konsumen tidak memikirkan atau menghiraukan lagi faktor tempat yang sebenarnya dapat mempengaruhi kepuasan konsumsi mereka.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivayalatul Maqhfiroh (2020) dan (Saputra, 2022) bahwa variabel tempat tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Fotocopy Sentra

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis uji T (parsial) diatas diketahui variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikan sebesar  $0.002 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar 3,157

> 1,984 dari t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen” diterima, hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan yang dimiliki oleh Fotocopy Sentra baik karena telah melayani pelanggan atau konsumen sesuai dengan permintaan.

Menurut (Tjiptono, 2019, hlm. 58), Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Dalam ajaran islam, dalam memberikan hasil usaha, berupa barang maupun pelayanan/jasa sebaiknya memberikan kualitas yang baik, jangan memberikan kualitas yang jelek atau tidak baik kepada orang lain. Seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَحْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوْا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

*"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan*

*ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji" (Q.S. Al – Baqarah (2) ayat 267).*

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas karena pelayanan tidak terbatas pada pemberian atau pembekalan saja. Islam menganjurkan agar semua pelaku bisnis menjadi profesional, yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat agar tidak menyalahnyakan kewajiban tanggung jawabnya.

Berdasarkan hasil kuesioner, respon konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Sentra tergolong baik dalam melayani pelanggannya karena ketepatan, keakuratan, kecepatan pelayanan serta kualitas yang dipresepsikan oleh konsumen atau pelanggan dapat dipenuhi oleh pegawai Fotocopy Sentra. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin kuat tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanuwijaya & Anshori, 2013) bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta hasil penelitian yang dilakukan (Aris, 2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Harga, Tempat, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin.

Berdasarkan hasil analisis uji F (simultan) pada seluruh variabel, yakni Harga ( $X_1$ ), Tempat ( $X_2$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,010 yang berarti nilai probabilitas  $< 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $3,963 > 2,70$  yang berarti menjelaskan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga, tempat, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra. Hasil penelitian ini disebabkan karena konsumen atau pelanggan Fotocopy Sentra merasa bahwa mereka setuju dengan harga yang telah ditetapkan, tempat atau lokasi yang strategis dan mudah dijangkau serta tersedianya fasilitas yang memadai seperti tersedianya toilet dan lahan parkir pribadi yang luas, serta pelayanan yang baik (tepat, cepat, dan akurat) sehingga dapat memuaskan harapan konsumen atau pelanggan Fotocopy Sentra. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga, tempat, dan kualitas pelayanan maka juga semakin tinggi kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya semakin rendah harga, tempat, dan kualitas pelayanan maka juga akan semakin rendah kepuasan konsumennya.